

LIBROS

Lorena Valor-Rodríguez ▼

En la última década la evolución de las tecnologías ha provocado grandes cambios en la mentalidad de la sociedad. Los videojuegos y la interactividad son piezas de este gran motor de cambios. De hecho no solo los adelantos y mejoras de estas áreas han quedado reducidos al mundo lúdico, sino que su interés se ha ampliado a otras áreas como son, por ejemplo, el cine o la realidad aumentada. Esta es la temática que aborda este manual, que parte de la tesis doctoral del autor así como de diferentes investigaciones que el propio Mora realizó en centros educativos en el campo de las artes interactivas y cinemáticas durante los últimos doce años. Estos trabajos de investigación, donde los jóvenes son, en la mayoría de los casos, el objeto de estudio, le ha permitido crear un modelo de investigación y análisis para la implantación de interfaces hipermedia que puede ser aplicado a distintos campos (lúdicos, culturales, educativos...) y direccionado a la creación de proyectos inmersivos fisiológica, psicológica y emocionalmente. La obra se divide en cuatro capítulos, los cuales se crean a partir de varios apartados. El primer capítulo aborda cómo la comunicación multimedia interactiva ha transformado los hábitos de comunicación en las relaciones sociales, culturales y económicas así como los conceptos de espacio y tiempo. Explica, por otro lado, las innovaciones que los sistemas de comunicación hipermedia posibilitan con respecto a los sistemas de comunicación anteriores gracias a las nuevas tecnologías de la información. En otro apartado se realiza una ligera aproximación a la metodología que defiende este libro para el estudio de la eficacia comunicativa lúdica-educativa de los sistemas hipermedia. En el segundo apartado se formula la integración multidisciplinar científica y profesional necesaria para el análisis crítico y la producción de sistemas hipermedia comunicativas eficaces. Por otro lado, se desglosa y describen todos los elementos y características de los productos multimedia, interactivos, hipermedia, necesarios para el análisis estético, funcional y de contenido. También se sintetiza, compone y presenta un modelo de análisis válido para cualquier producto comunicativo e interfaz hipermedia que sirve para conocer detalladamente su composición expresiva, narrativa, emotiva, de valores y de niveles de interacción. El tercer apartado detalla cómo se aplica experimentalmente el modelo de análisis de productos hipermedia a la muestra de productos comunicativos seleccionados. Asimismo, se explican los cómo y los porqués de los pasos metodológicos empleados para determinar los elementos hipermedia: estéticos, narrativos, emocionales y de valores que resultan más eficaces comunicativamente. Enumera los elementos interfaciales eficaces en la comunicación cultural y sus aplicaciones en nuevas áreas de innovación y describe los hallazgos relacionados junto con la hipótesis y los datos recogidos y los hechos observados sobre los elementos de la interfaz hipermedia que son más eficaces e inmersivos comunicativamente, tanto a nivel multisensorial como a nivel psicológico. Además se clasifican las distintas aplicaciones y líneas de investigación que abren los hallazgos de la presente obra sobre los elementos hipermedia más inmersivos y eficaces comunicativamente a nivel expresivo, narrativo, emocional y de valores y se exponen las nuevas hipótesis plausibles surgidas de esta investigación que necesitarán ser comprobadas en futuras investigaciones sobre los sistemas hipermedia para evolucionar en los hallazgos científicos en este campo. La obra concluye con un amplio repertorio de todos los recursos bibliográficos e hipermedia que se emplearon como referencia en esta obra.



La interfaz hipermedia: el paradigma de la comunicación interactiva (videojuegos, cine, realidad aumentada, museos, web); Jorge Mora-Fernández; Madrid, Fundación Autor, 2009, 553 páginas